

UOT: [008+913]: 339.138

Ирина ГОРЛОВА

доктор философских наук, профессор

Тимофей КОВАЛЕНКО

кандидат философских наук

Владимир НАУМЕНКО

кандидат исторических наук, профессор

*Южный филиал Российского научно-исследовательского
Института Культурного и природного наследия им. Д.С.Лихачева
(Россия)*

timofey.kovalenko@gmail.com

НАРОДНЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОМЫСЛЫ ДАГЕСТАНА КАК РЕСУРС ЭТНОКУЛЬТУРНОГО БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые направления и принципы эффективного развития и реализации потенциала этнокультурных брендов Республики Дагестан. Кроме традиционных направлений – нормативно-правового регулирования деятельности предприятий народных художественных промыслов, популяризации традиционной народной культуры различными средствами, выявлена необходимость дальнейшей законодательной разработки основных понятий. Концептуально обоснованы основные формы поддержки деятельности в сфере народных художественных промыслов как ресурса этнокультурного брендинга, к которым относится повышение конкурентоспособности предприятий на внутреннем и внешнем рынках, продвижение продукции на межрегиональные и международные рынки, популяризация продукции народных художественных промыслов. Актуальным, по мнению авторов, является взаимодействие органов государственной власти Дагестана и Азербайджана по консолидации усилий в продвижении

брендов в рамках совместных мероприятий по развитию железнодорожного и круизного туризма.

Ключевые слова: этнокультурный бренд, народные художественные промыслы, Дагестан, Азербайджан, межкультурное взаимодействие.

Введение. Современный уровень развития социально-гуманитарных наук в аспекте прикладного знания связан с формированием междисциплинарных направлений, изучающих теорию и практику регионального брендинга. Одним из них является исследование процесса этнокультурного брендинга территорий, объединяющего исторические, культурологические, этнологические, социологические и маркетинговые аспекты. В научной литературе высказывается вполне обоснованное, с нашей точки зрения, мнение, что наличие у территории собственного культурного бренда признается одним из основных факторов эффективного развития и реализации потенциала региона [1]. Для поликультурных и многоконфессиональных сообществ одним из важнейших ресурсов развития территории становится этнокультурное региональное брендинговое, т.е. *формирование и продвижение этнокультурных образов, символов, продуктов и событий, обладающих критерием узнавания и отражающих социальную и культурную жизнь конкретной территории* (см. подроб.: [2]).

Изложение основного материала. Ближайший сосед Азербайджана, Республика Дагестан – один из самых «пестрых» в этическом и культурном отношении субъектов Российской Федерации, известен как регион уникальной традиционной культуры, составной частью которой является народное декоративно-прикладное искусство. За республикой издавна закрепилось понятие «страна мастеров».

Действительно, непреходящей ценностью дагестанцев являются народные художественные промыслы, развитие которых связывают с природно-климатическими и историческими условиями, хозяйственно-экономическим укладом и этнокультурной спецификой [3]. В настоящее время в Дагестане функционируют более 30 организаций, производящих высокохудожественные изделия. Наиболее крупные из них, являющиеся, так сказать, держателями региональных брендов – Кубачинский художественный комбинат, Межегюльская, Хивская и Ляхнинская ковровые фабрики, Ботлихская фабрика народных промыслов, Гочатлинский художественный комбинат, Унцукульская художественная фабрика,

производственное предприятие «Кизляр» и др. Объем произведенных в республике изделий составляет пятую часть от общего объема народных промыслов Российской Федерации, что обеспечивает лидирующее положение по этому показателю среди других субъектов страны. Кроме того, значительная часть изделий производится индивидуальными предпринимателями [4].

Учитывая роль, которую играют этнокультурные бренды в создании позитивного имиджа регионов, это направление научных исследований становится одним из перспективных. Проблемы формирования региональных брендов как тренда в развитии территории активно изучаются экономистами, историками, этнологами, культурологами, представителями других наук. Интерес к этим вопросам не просто дань моде, но вполне конкретные попытки решения проблем развития регионов в тесной связи с другими социально-экономическими задачами, стоящими перед территориями (например, развитием туристско-рекреационного комплекса, занятости населения и т.п.).

По мнению ряда исследователей «культурный бренд» существует совместно с такими феноменами как «имидж территории», «бренд территории». Имеет место такая трактовка понятия «культурный бренд» – это «бренд, в основе которого заложены историко-культурные ресурсы базисного субъекта: традиции, обычаи, научные достижения, произведения художественного творчества». Отдельные исследователи считают, что любой бренд культурен имея в виду то, что все созданное человеком это и есть культура [5]. В научной литературе понятие «культурный региональный бренд» в основном формируется в рамках эмпирического подхода, путем перечисления набора понятий, которые, по мнению авторов, составляют само понятие, например: «региональный культурный бренд – это ресурс продвижения региона, который основан на каком-либо историко-культурном событии или памятнике культуры, а также может быть основан на конкретной исторической личности» [6]. Совершенно очевидно, что к такому понятию можно добавлять и другие характеризующие культуру черты, например, художественные промыслы.

Исходя из такого понимания проблемы, эффективное формирование этнокультурного бренда Дагестана возможно в рамках богатейшей традиционной культуры народов, проживающих в республике, а также в тесном взаимодействии с социокультурным опытом народов из сопредельных государств. В обыденном сознании тра-

диционная культура воспринимается как исконно существующая и передающаяся путем вербальной и невербальной коммуникации от поколения к поколению. История народно-художественных промыслов Дагестана уходит в далекое прошлое. На протяжении тысячелетий они органично связаны с жизнью народа, с его жизненным укладом, восприятием прекрасного. Значительное воздействие на становление традиционной культуры, в частности декоративно-прикладного искусства, наблюдается также со стороны культур соседних народов, что представляет собой мощный историко-культурный ресурс. В этом смысле, взаимодействие культур народов Дагестана и Азербайджана было и остается весьма плодотворным, несмотря на разделяющие их государственные границы. Объясняется это рядом обстоятельств.

Во-первых, в течение длительных исторических периодов территории Дагестана и Азербайджана не перекрывались границами. Так, в период существования древнего государства Кавказская Албания, сердцевина которого располагалась на территории современного Азербайджана, границы соседних народов были весьма подвижны. Многие историки до сих пор задаются вопросом, «...каковы были пределы этого (Кавказская Албания – *авт.*)<...> древнего государства, нет единого мнения среди историков. Некоторые считают, что весь Дагестан входил в Албанию» (см., напр.: [7]).

Во-вторых, азербайджанцы и сегодня являются одной из основных национальностей Дагестана. Они расселены на юге республики – в Дербентском, Табасаранском, Магарамкентском, Рутульском районах, проживают во всех городах и поселках. Это создает уникальную площадку для взаимодействия культур. Здесь традиционная культура южно-дагестанских народов – лезгин, табасаранцев, агулов, рутульцев, а также, аварцев, проживающих на территории Азербайджана в Закатальском районе, испытывает явное влияние мусульманского искусства Азербайджана. Это проявляется в одежде, украшениях, преобладании полихромной поливной керамики. Главный центр этих производств сосредоточен в Дербенте и близко расположенных к нему селениях Испик и Кала. Эта территория производства известного бренда – «Дагестанские ковры». Здесь занимаются преимущественно ворсовым ковро ткачеством, а также ткачеством безворсовых односторонних ковров – сумахов [8]. По мнению искусствоведов «на юге (Да-

гестана. – *авт.*) изготавливали ковры в стиле, распространенном в Азербайджане» [7]. Для происходящих здесь этнокультурных процессов характерны непрерывность, глубинная связь с древнейшими пластами духовной жизни народа, а также «способность впитывать, казалось бы, инородные элементы пришлых культур, не нанося при этом ущерба тому субстрату, что определяет суть именно дагестанской культуры, ее феномен» [8].

В-третьих, даже воспринимаемые на обыденном уровне произведения кубачинских мастеров как аутентичные, имеют в своей основе заимствованные черты. Так, по мнению признанного специалиста-искусствоведа А.Ф. Гольдштейна «кубачинские ремесленники издавна работают на широкий, обезличенный рынок и поэтому их искусство в основном опирается не на коренные дагестанские традиции. <...> Рыночное производство всегда перестает быть национальным, за исключением тех случаев, когда специально консервируется в таком виде. В силу этих причин, – считает исследователь, – кубачинцы издавна проявляли интерес к декоративному искусству разных стран <...> и набирались опыта в художественно-ремесленных центрах Закавказья» [7].

Таким образом, обращаясь к традиционной культуре Дагестана, мы сталкиваемся, с одной стороны, с фактами существования очень замкнутой и специфической культурной традиции и в то же время находим свидетельства широкого влияния различных культур [9]. Это обстоятельство важно учитывать не только в плане музеефикации культурного бренда, но и вполне утилитарных целях, связанных с реализацией продукции народных художественных промыслов, их позиционирования на разных уровнях. Исторически сложившиеся художественные формы декоративно-прикладного искусства Дагестана, не смотря на переживаемые сегодня не простые времена, должны оставаться привлекательными и позиционировать регион не только как экономически развивающийся центр, но и самобытное культурное пространство.

Стратегия формирования этнокультурного бренда в современных условиях применительно к конкретному региону должна представить его как единое целое. При этом единство складывается из определенных уникальных факторов позиционирования. К ним нужно отнести историко-культурное наследие республики, неотъемлемой частью которого являются народные художественные промыслы, представленные такими узнаваемыми брендами, как «Кубачинские изделия»,

«Балкарская керамика», «Унцукульский орнамент», «Табасаранские ковры» и др. Эти бренды давно и надежно завоевали потребительскую славу. Историко-культурное значение художественных промыслов республики следует рассматривать в контексте духовно-ценностных оснований горской цивилизации, что способствует эффективному позиционированию Дагестана как уникального пространства сложившегося на протяжении столетий в процессе взаимодействия культур разных народов.

В условиях глобализации возникает опасность потери национальных особенностей. В разделе «Культура» Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года отмечается, что «главными угрозами национальной безопасности в сфере культуры являются засилье продукции массовой культуры, ориентированной на духовные потребности маргинальных слоев» [10]. Поэтому для сохранения этнической самобытности особенно нужна государственная поддержка традиционной культуры. Наиболее эффективно это может быть осуществлено по двум направлениям:

- во-первых, по линии нормативно-правового регулирования;
- во-вторых, популяризации традиционной культуры различными средствами.

Качественные изменения в общественной жизни оказали существенное влияние на возрождение этнической культуры, что потребовало с учетом сложившейся ситуации отразить в федеральных и региональных нормативных актах. Актуализует необходимость совершенствования в нормативно-правового регулирования этой сферы и обстоятельства, отмеченные экс-заместителем министра по туризму и народным художественным промыслам Республики Дагестан Г. Г. Ахмедовым: «Рыночные отношения и свободная конкуренция, не регламентированная «мудрыми законами», нанесли жестокий удар по дагестанским народным промыслам, по нашей культуре в целом». Кроме того, в изобилии появились кустари-подделыватели незаконно пользующиеся технологиями, сырьем, полуфабрикатами, не платящие налоги, использующие кустарное оборудование. В конечном счете, это приводит к дискредитации брендовых изделий, наносит ущерб их художественной ценности. Во-вторых, появились предприятия, работающие по схожей технологии, копирующие технологию разработанную мастерами традиционных художественных промыслов, их стиль [11].

Поэтому эффективная поддержка традиционных художественных промыслов, и особенно брендовых изделий, стала возможна при детальной проработке нормативно-правовой базы функционирования предприятий отрасли.

Так, конкретным выражением государственной культурной политики в этом вопросе стал Федеральный закон от 6 января 1999 г. №7-ФЗ «О народных художественных промыслах», в котором перед органами государственной власти и местного самоуправления поставлены задачи по обеспечению экономических, социальных и иных организационных условий по возрождению, сохранению и развитию народных художественных промыслов. Важно чтобы эта деятельность осуществлялась в традиции развития народного искусства в определенной местности в процессе творческого ручного труда и/или механизированного труда мастеров [12].

Общая ситуация в области сохранения и развития традиционной культуры представлена в ведомственной программе Министерства промышленности и торговли Российской Федерации «Об утверждении Стратегии развития народных художественных промыслов на 2015-2016 гг. и на период до 2020 года». Ключевым моментом документа является понимание места и роли народных художественных промыслов как важнейшей традиционной формы культуры народов России, способствующей сохранению национальной идентичности. Стратегией определены основные направления поддержки промыслов: правовое регулирование их деятельности, популяризация творчества народных мастеров, учет мест бытования различных промыслов, а также ведущих мастеров, художественных организаций занятых в этой сфере и т.п.; установлены меры государственного контроля продукции, критерии оценки художественной ценности изделий; намечены мероприятия по популяризации, учету и контролю их сохранности в музейных экспозициях. [13].

В российских регионах, в частности в Дагестане, широко применяется практика, обеспечивающая государственную поддержку традиционной культуры народов населяющих республику. В 2014 г. была принята Государственная программа «Развитие культуры в Республике Дагестан на 2015–2020 годы», одним из направлений реализации которой является сохранение и развитие многонационального культурного наследия, поддержка развития уникальной культуры народов Дагестана. Вопросы

сохранения и развития народного творчества и традиционной культуры выделены в отдельную подпрограмму [14]. В ряду законодательных актов, реализация которых способствует развитию традиционных ремесел, особо место занимает закон «О народных художественных промыслах Республики Дагестан» от 15 декабря 2000 г. № 28 [15]. На основе этих и других документов были разработаны нормативно-правовые акты, учитывающие местные условия и особенности региона, возросла роль органов муниципального уровня в поддержке предприятий народных художественных промыслов.

В Дагестане художественные промыслы всегда воспринимались, с одной стороны, как отрасль промышленности, а, с другой, как сфера народного творчества. Такое сочетание утилитарного и креативного, традиции и новаторства, позволили сохранить и особенности стиля, и художественную индивидуальность. Это делало и делает изделия популярными и широко известными не только в стране, но и за ее пределами, где они, по сути, выступают как этнокультурные бренды.

Особую ценность народные художественные промыслы имеют в наше время. В век автоматизации и конвейеризации производства такие изделия, выполненные в основном вручную, вызывают неподдельный интерес. Это обстоятельство делает их наиболее привлекательными и конкурентными.

В целях активизации поддержки народных художественных промыслов можно сформулировать в общих чертах несколько направлений деятельности в этой сфере:

Первое, повышение конкурентоспособности предприятий на внутреннем и внешнем рынках. В этих целях необходимо представлять субсидии в основном связанные с возмещением части затрат на приобретение оборудования, электроэнергии, сырья. Перспективным в этом плане видится решение Правительства Республики Дагестан освободить производство изделий народных художественных промыслов от налогов на имущество и на землю, что, безусловно, скажется на повышение конкурентной привлекательности изделий и экономической устойчивости предприятий (см. подроб.: [16]).

Второе, продвижение продукции художественных промыслов на межрегиональные и международные рынки. В рамках этой деятельности осуществляется частичное финансирование за счет местного и реги-

онального бюджетов, участие предприятий в межрегиональных, всероссийских и международных выставках, ярмарках.

В этом направлении перспективным видится тесное сотрудничество Дагестана и Азербайджана в привлечении потенциала народных художественных промыслов в развитии туриндустрии. Здесь в активной фазе находится разработка новых возможностей в рамках традиционных туристских направлений (гастрономического, познавательного, экологического, морского и др.). Обстоятельный разговор об этом с участием Президента Азербайджанской Республики господина Ильхама Алиева состоялся в апреле 2018 г. в Баку в рамках XVII Азербайджанской международной выставки туризма и путешествий, на которой была представлена и экспозиция народных художественных промыслов Дагестана. Российский регион проявляет активную заинтересованность в развитии, совместно с Азербайджаном, железнодорожного туризма с включением в маршрут крупнейших центров народных художественных промыслов Южного Дагестана, а также круизных туров по Каспийскому морю.

В самом Дагестане создаются туристские маршруты с посещением центров народных художественных промыслов. Так, базовый туристический маршрут «Дагестан на перекрестке Великого шелкового пути» дополнен рядом направлений, включающих посещение центров традиционных ремесел: «Дербент-2000», «Кубачи – аул златокузнецов», «Путешествие по Древнему Кайтагу» и другие. Популярностью у туристов пользуются экскурсионные маршруты в центры народных художественных промыслов – Кубачи, Балхар, Гочатль, Хучни. Здесь создается инфраструктура: строятся гостиницы, гостевые домики, предприятия общественного питания и т. п. Практически все туристские направления имеют выход на центры сосредоточения народных художественных промыслов. Министерство по туризму и народным художественным промыслам Республики Дагестан заинтересовано в активном развитии сотрудничества с районами, где культивируются народные художественные промыслы (см. подроб.: [16]).

Третье, популяризация продукции народных художественных промыслов через постоянно действующие экспозиции в выставочно-ярмарочных комплексах, организации экскурсий на предприятия, мастер-классы для молодежи. Активному продвижению продукции способствует открытие магазинов-салонов, их художественное оформ-

ление, проведение рекламных компаний. Важным стимулом в поддержке народных художественных промыслов является предоставление грантов, премий творческим коллективам и отдельным мастерам, установление региональных наград в виде знаков отличия, почетных грамот, званий за выдающийся вклад в сохранение и развитие народного творчества.

В практике работы органов государственной власти и местного самоуправления Дагестана по формированию этнокультурных брендов республики традиционной стала организация и проведение международных и межрегиональных форумов, фестивалей, конкурсов, обмен опытом работы, углубление культурно-экономических связей между регионами. Активно используются средства массовой информации, издаются каталоги изделий народных художественных промыслов, проводятся выставки мастеров, руководители предприятий обучаются вопросам повышения эффективности ведения бизнеса.

Работа по продвижению этнокультурных брендов республики является не только объектом управления и регулирования со стороны государственных органов. В регионе создана система научного сопровождения этой сферы, в том числе и исследования традиционных художественных промыслов. Составными ее элементами стали Республиканский дом народного творчества Министерства культуры Республики Дагестан, научные центры гуманитарных вузов, институты Дагестанского научного центра РАН, центры национальных культур, дома народного творчества и другие структуры. В значительной степени их деятельность связана и с популяризацией традиционной культуры.

Таким образом, одним из важнейших условий эффективной поддержки этнокультурных брендов Дагестана является забота о сохранении накопленного веками плодотворного сотрудничества народов в выработке аутентичных форм и стилей декоративно-прикладного искусства, что позволит сохранить его базисную основу, несмотря на меняющиеся ценности потребительского общества.

В значительной степени причины кризисного состояния народных художественных промыслов коренятся не только в объективно сложившихся условиях и ослаблении внимания государства к их развитию, но и в недостаточной проработке на законодательном и научном уровнях понятия «региональный культурный бренд». Это приводит к недооценке регионами своих достижений в области культуры, не

только как ресурса укрепления межнационального согласия, но и создания позитивного имиджа территорий. Президент Российской Федерации В.В. Путин в ходе заседания Совета при Президенте Российской Федерации по межнациональным отношениям 20 июля 2017 г. в Йошкар-Оле, посвященного реализации Стратегии государственной национальной политики России на период до 2025 года, в качестве одной из мер эффективной реализации государственной национальной политики указал на необходимость регионами и муниципалитетами развивать и популяризировать свои этнокультурные бренды. «Доступ к их изучению, – отметил Президент, – часто ограничивает не только недостаточная инфраструктура, но и тривиальная безынициативность на местах» [17].

На экспертном уровне отмечается недостаточное внимание использованию российскими регионами своих достижений в области культуры. Формирование культурных брендов в Дагестане, например, свидетельствует о значительном позитивном опыте разработки различных программ культурного развития региона, однако, как и во многих других территориях, здесь отсутствует единый методологический подход и методика для их разработки, что приводит к несбалансированности в развитии отдельных направлений культурной политики как фактора регионального развития [18]. Так, центры производства дагестанских брендов – Кубачи, Балхар, территории Южного Дагестана и другие, бывшие ранее вполне благополучными с точки зрения экономического развития, в результате кризисного состояния народных художественных промыслов стали депрессивными [19]. Это свидетельствует и о другой проблеме, – слабой научной проработке вопросов, связанных с развитием территорий, что «характеризуется как процесс бессистемный, не имеющий исследований и четкого позиционирования» [20]. Не случайно, на парламентских слушаниях на тему «Народные художественные промыслы: проблемы сохранения и развития», проходивших в Москве 26 апреля 2011 г. отмечалось: «Нам нужно думать о том, каковы должны быть гибкие формы и методы государственного протекционизма, защиты интересов наших художественных производителей в таком объеме, в такой форме, чтобы приоритет нашего народного искусства был соответствующим образом защищен» [21].

Итак, формирование этнокультурных брендов требует комплексного подхода в решении этой не простой, но плодотворной задачи. Эф-

фективная репрезентация бренда дает возможность консолидировать этническую культуру разных народов. Азербайджан и Дагестан это территории с богатой традицией межнационального взаимодействия. Формирование известных брендов Дагестана проходило в тесном взаимодействии и под влиянием ремесленных центров соседней республики, что создает уникальную возможность и в наше время продолжать эту плодотворную тенденцию на взаимной основе. Одним из важных составляемых эффективного брендинга является не только повышение статусных возможностей, но и решение вполне конкретных задач связанных с ускорением социокультурного потенциала территорий. С точки зрения экономики, развитие художественных ремесел, активное включение их во взаимодействие с другими направлениями (например, туризм) создает новые горизонты их функционирования и эффективного продвижения на этой основе региональных этнокультурных брендов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Старцева А. С. Культурный брендинг имиджа российских регионов: традиции и новации: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. М., 2015. С. 3.
2. Этнокультурное брендование территории в контексте стратегии регионального развития: научно-методические подходы и практики: / И. И. Горлова и др.; отв. ред. Т. В. Коваленко. М.: Ин-т Наследия, 2020. С. 95. DOI: 10.34685/NI.2019.36.91.012.
3. Муртузалиев С. И. Художественные промыслы Дагестана: поиск брендов. Текст: электронный // Наследие веков. 2018. №4. С. 63. URL: http://heritage-magazine.com/wp-content/uploads/2018/12/2018_4_Murtuzaliev.pdf. (дата обращения: 18.12.19).
4. Магомедов А. Дж. Народные художественные ремесла и промыслы Дагестана: современное состояние и дальнейшая судьба // Научный мир. 2012. № 1. С. 29–36.
5. Старцева А. С. Феномен «культурного бренда» в процессе создания имиджа российских регионов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 4. С. 195–200.
6. Культура и пространство. Книга вторая: Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест / под ред. В. К. Мальковой, В. А. Тишкова. М. : Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2010. С. 182.

7. Гольдштейн А. Ф. Башни в горах. М.: Сов. художник, 1977. С. 142.
8. Петенина Т. Б. Быт и ремесла народов Дагестана // Народы Дагестана. Быт и ремесла. Махачкала: Юпитер, 2000. С. 9.
9. Гамзатова П. Р. О специфике дагестанского народного искусства // Народы Дагестана. Быт и ремесла. Махачкала: Юпитер, 2000. С. 67.
10. Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». Текст: электронный // Информационно-правовой «ГАРАНТ.РУ». URL: <http://base.garant.ru/71296054/> (дата обращения: 15.12.19).
11. Интервью с руководителем Департамента Правительства РД по народным художественным промыслам Г. Г. Ахмедовым / записал М. Рамазанов // Народы Дагестана. 2009. № 5. С. 12.
12. Федеральный закон от 6 января 1999 г. № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах» (с изменениями и дополнениями) // Информационно-правовой «ГАРАНТ.РУ». URL: <http://base.garant.ru/179957/> (дата обращения: 15.12.19).
13. Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 2011 «Об утверждении Стратегии развития народных художественных промыслов на 2015–2016 гг. и на период до 2020 года» // Информационно-правовой «ГАРАНТ.РУ». URL: <http://base.garant.ru/71191740/#friends> (дата обращения: 15.12.19).
14. Постановление Правительства Республики Дагестан от 22 декабря 2014 г. № 656 «Об утверждении государственной программы Республики Дагестан «Развитие культуры в Республике Дагестан» (с изменениями на 29 октября 2019 г.) // Информационно-правовой «ГАРАНТ.РУ». URL: <http://base.garant.ru/42451432/> (дата обращения: 15.12.19).
15. Закон Республики Дагестан от 15 декабря 2000 г. № 28 «О народных художественных промыслах» // Информационно-правовой «ГАРАНТ.РУ». URL: <http://docs.cntd.ru/document/802037547> (дата обращения: 15.12.19).
16. Закавова Р. А. Устойчивый рост популярности туризма // Народы Дагестана. 2017. № 4. С. 12.
17. Стенографический отчет о заседании Совета по межнациональным отношениям при Президенте Российской Федерации 20 июля 2017

- г., г. Йошкар-Ола // Президент Российской Федерации. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/55109> (дата обращения 12.07.18).
18. Копачкая С. А. Формирование культурной политики как фактора регионального развития: автореф. дисс. ... докт. эконом. наук: 08.00.05. СПб. 2009. С. 23–24.
 19. Муртузалиев С. И. «Депрессивные» муниципальные образования современного горного Дагестана // Модернизация экономики и самоуправления в республиках Северного Кавказа и швейцарский опыт организации общества и экономики. М.: Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2013. С. 47–58.
 20. Скрынникова Л. И. Творческое имя и особенности его репрезентации в региональных культурно-коммуникативных практиках // Библиотечное дело. 2015. № 4. С. 11–16.
 21. Стенограмма парламентских слушаний на тему «Народные художественные промыслы: проблемы сохранения и развития» 26 апреля 2011 г. // Pandia.ru. URL: <https://pandia.ru/text/78/037/4787.php> (дата обращения: 15.12.19).

İrina Qorlova, Timofey Kovalenko, Vladimir Naumenko (Rusiya)

Dağıstanın bədii xalq sənətləri ərazilərin etnomədəni brendləşməsinin mənbəyi kimi: konseptual əsaslar və irəliləyiş perspektivləri

Məqalədə Dağıstan Respublikasının etnomədəni brendlər potensialının effektiv inkişafı və həyata keçirilməsinin bəzi istiqamət və prinsipləri nəzərdən keçirilir. Ənənəvi istiqamətlərdən – bədii xalq sənətləri müəssisələrinin normativ-hüquqi nizama salınması, ənənəvi xalq mədəniyyətinin müxtəlif vasitələrlə geniş yayılmasından əlavə, əsas anlayışların gələcək qanunverici təkmilləşdirilməsinə zərurət aşkara çıxarılmışdır. Xalq bədii sənətlərinin etnomədəni brendləşmə mənbəyi kimi fəaliyyətin əsas formaları müəssisələrin daxili və xarici bazarlarda rəqabətin artması, regionlararası və beynəlxalq bazalara hasilatın irəliləyişi, bədii xalq sənətləri məhsulunun populyarlaşdırılması konseptual cəhətdən əsaslandırılmışdır. Müəlliflərin rəyincə, Dağıstan və Azərbaycanın dövlət hakimiyyəti orqanlarının qarşılıqlı təsiri dəmiryolu və kruiz turizminin inkişafı üzrə birgə tədbirlər çərçivəsində brendlərin irəliləyişində səylərin birləşdirilməsi aktualdır.

Açar sözlər: etnomədəni brend, xalq bədii sənətləri, Dağıstan, Azərbaycan, mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqə

Irina Gorlova, Timofey Kovalenko, Vladimir Naumenko (Russia)
Folk arts and crafts of Dagestan as a resource of ethno-cultural branding of territories: conceptual foundations and prospects for promotion

The article discusses some areas and principles of effective development and realization of the potential of ethno-cultural brands of the Republic of Dagestan. In addition to the traditional areas – the legal regulation of the activities of enterprises of folk art crafts, the popularization of traditional folk culture by various means, the need for further legislative development of the basic concepts is revealed. The main forms of supporting activities in the field of folk arts and crafts as a resource of ethno-cultural branding are conceptually substantiated, which include in creasing the competitiveness of enterprises in the domestic and foreign markets, promoting products on interregional and international markets, popularizing the products of folk art crafts. According to the authors, the relevant is the interaction of state authorities of Dagestan and Azerbaijan to consolidate efforts in promoting brands as part of joint activities to develop rail and cruise tourism.

Key words: ethno-cultural brand, folk art crafts, Dagestan, Azerbaijan, intercultural interaction